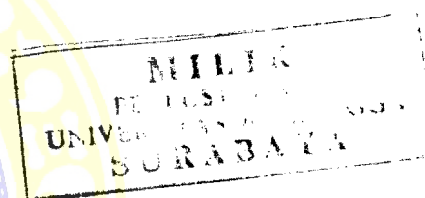


C

**JENIS-JENIS IKLAN YANG DITAYANGKAN PADA
JAM TAYANG UTAMA (PRIME TIME)**
(Studi Analisis Isi Tentang Jenis-jenis Iklan yang Ditayangkan
Pada Jam Tayang Utama (Prime Time) di RCTI, SCTV, dan INDOSIAR
Periode 13 April - 10 Mei 1998)

SKRIPSI

K.L.
Fis. 10 34/98
Yul
j



Disusun Oleh :

YULIANI

NPM : 079414505

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
1999**

**JENIS-JENIS IKLAN YANG DITAYANGKAN PADA
JAM TAYANG UTAMA (*PRIME TIME*)
(Studi Analisis Isi Tentang Jenis-jenis Iklan yang Ditayangkan
Pada Jam Tayang Utama (*Prime Time*) di RCTI, SCTV, dan INDOSIAR
Periode 13 April - 10 Mei 1998)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Studi
Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



Disusun Oleh :

YULIANI

NPM : 079414505

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
1999**

Setuju Untuk Diujikan
Surabaya, 16 Juni 1999



Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan panitia penguji
pada tanggal 16 Juni 1999

KETUA



Dra. SS. Andarini, SU

NIP. 130 873 458

ANGGOTA



Yayan Sakti Suryandaru S.Sos

NIP. 132 206 064

ANGGOTA



Ir. Son Haji, MS

NIP. 132 009 464

ABSTRAK

Dalam kehidupan masyarakat dewasa ini, iklan sudah merupakan bagian dari kehidupan sehari-hari. Periklanan merupakan suatu usaha manusia untuk memberikan informasi tentang suatu produk kepada masyarakat lain.

Peranan iklan dalam dunia usaha / perdagangan sangat besar bahkan mutlak diperlukan. Peranan iklan yaitu untuk memperkenalkan hasil produk dari suatu perusahaan kepada masyarakat. Dan bagi masyarakat, iklan dapat memberikan informasi mengenai produk yang dibutuhkan. Sehingga iklan tidak hanya dibutuhkan oleh produsen tetapi juga konsumen.

Dan penelitian ini bermula dari pengamatan penulis yang melihat semakin banyak dan beragamnya iklan yang muncul di televisi dewasa ini. Apalagi dengan semakin banyaknya televisi yang ada di Indonesia saat ini, menjadikan industri periklanan semakin bergairah. Melalui televisi orang dapat lebih mengenal berbagai macam produk, apalagi jika iklannya dikemas dengan menarik dan kreatif.

Pada dasarnya, tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis isi jenis-jenis iklan di RCTI, SCTV dan Indosiar yang ditayangkan pada jam tayang utama / prime time selama periode 13 April – 10 Mei 1998 berdasarkan frekuensi dan volume. Dengan menggunakan teknik penelitian analisis isi (*content analysis*), penulis berusaha menampilkan data dari populasi yang telah ditentukan.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang hanya memaparkan keadaan yang terdapat dalam populasi dan tidak menguji hipotesa. Subyek penelitian adalah stasiun televisi swasta RCTI, SCTV, dan INDOSIAR, sedangkan obyek penelitian adalah jenis-jenis iklan di ketiga stasiun televisi tersebut. Unit analisis yang digunakan adalah unit fisik. Populasi penelitian adalah seluruh iklan yang ditayangkan pada jam tayang utama/prime time, dengan teknik pengambilan sampel secara *total sampling*. Data dikumpulkan melalui pencatatan jenis-jenis iklan yang ditayangkan, wawancara dengan humas ketiga stasiun televisi swasta tersebut, dan studi kepustakaan. Untuk menganalisa data, digunakan rumus chi square untuk pengujian secara statistik.

Dari hasil yang ada dilakukan pengujian statistik dengan chi square, dan diperoleh hasil bahwa ada perbedaan yang nyata tentang jenis-jenis iklan ditinjau dari volume dan frekuensi penayangan iklan yang ditayangkan pada jam tayang utama di RCTI, SCTV dan Indosiar selama periode 13 April – 10 Mei 1998.